

日 本 国 特 許 庁

PATENT OFFICE  
JAPANESE GOVERNMENT



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日

Date of Application:

2000年 3月23日

出 願 番 号

Application Number:

特願2000-082789

出 願 人

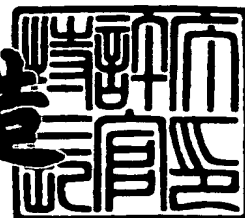
Applicant (s):

オリンパス光学工業株式会社

2000年10月27日

特許庁長官  
Commissioner,  
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2000-3089709

【書類名】 特許願

【整理番号】 A000000016

【提出日】 平成12年 3月23日

【あて先】 特許庁長官 殿

【国際特許分類】 G06F 19/00

【発明の名称】 マーケティングリサーチ方法及びそれに用いる印刷物

【請求項の数】 22

【発明者】

    【住所又は居所】 東京都渋谷区幡ヶ谷2丁目43番2号 オリパス光学  
工業株式会社内

    【氏名】 佐々木 寛

【発明者】

    【住所又は居所】 東京都渋谷区幡ヶ谷2丁目43番2号 オリパス光学  
工業株式会社内

    【氏名】 菊池 睦実

【特許出願人】

    【識別番号】 000000376

    【氏名又は名称】 オリパス光学工業株式会社

【代理人】

    【識別番号】 100058479

    【弁理士】

    【氏名又は名称】 鈴江 武彦

    【電話番号】 03-3502-3181

【選任した代理人】

    【識別番号】 100084618

    【弁理士】

    【氏名又は名称】 村松 貞男

【選任した代理人】

    【識別番号】 100068814

【弁理士】

【氏名又は名称】 坪井 淳

【選任した代理人】

【識別番号】 100100952

【弁理士】

【氏名又は名称】 風間 鉄也

【選任した代理人】

【識別番号】 100097559

【弁理士】

【氏名又は名称】 水野 浩司

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 011567

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9602409

【ブルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 マーケティングリサーチ方法及びそれに用いる印刷物

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするための URL を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

前記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から前記 URL が復元されて、前記読取装置に接続された前記アクセス装置により、当該復元された URL に対応する前記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うことを特徴とするマーケティングリサーチ方法。

【請求項 2】 前記符号化画像から復元された前記 URL に対応する前記情報資源は、前記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための専用の情報資源であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 3】 前記 URL は、前記印刷物を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 又は 2 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 4】 前記 ID 情報は、前記印刷物の名称、前記印刷物の種類、前記印刷物の配布地域、及び前記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする請求項 3 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 5】 前記符号化画像は、更に、前記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムを含むことを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 6】 前記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、又は各種チケットであることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 7】 前記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、前記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各 URL は、この各記事又は各広告を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 8】 前記情報資源は、前記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 9】 前記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、前記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、

前記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 10】 前記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 11】 前記符号化画像は、更に、前記 URL 以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 12】 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、

アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするための URL を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

前記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から前記 URL が復元されて、前記読取装置に接続された前記アクセス装置により、当該復元された URL に対応する前記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチのために使用さ

れることを特徴とするマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 3】 前記符号化画像から復元された前記 URL に対応する前記情報資源は、前記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための専用の情報資源であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 4】 前記 URL は、前記印刷物を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 2 又は 1 3 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 5】 前記 ID 情報は、前記印刷物の名称、前記印刷物の種類、前記印刷物の配布地域、及び前記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする請求項 1 4 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 6】 前記符号化画像は、更に、前記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムを含むことを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 7】 前記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、又は各種チケットであることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 8】 前記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、前記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各 URL は、更に、この各記事又は各広告を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 9】 前記情報資源は、前記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 2 0】 前記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、前記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印

刷されているとき、

前記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 2 1】 前記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 2 2】 前記符号化画像は、更に、前記 URL 以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【発明の詳細な説明】

【 0 0 0 1】

【発明の属する技術分野】

本発明は、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物を利用することによって当該印刷物に関するマーケティングリサーチを行うようにしたマーケティングリサーチ方法、及びそれに用いる印刷物に関する。

【 0 0 0 2】

【従来の技術】

従来、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、又は各種チケット等といった、文字や絵柄、写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物について、それ自体の注目度や反響度、更には当該印刷物に印刷されている内容についての注目度や反響度等を調べる手法としては、専ら、その印刷物の売れ行きや配布部数等の調査を行なうという手法が採られていた。

【 0 0 0 3】

即ち、その売れ行きや配布部数等を示す数値を、その印刷物に関する注目度や反響度を示すためのデータとして代用することにより、そのマーケティングリサーチを行なうというものであった。

## 【0004】

しかしながら、このようなマーケティングリサーチの手法によると、本当に読者等が当該印刷物に注目し、或いはその記載内容に実際に興味を示したのかまでは、例えば発行者側で正確に把握することが極めて難しく、従って、この種印刷物に関するマーケティングリサーチの調査精度をより一層上げていく上で、一定の限界があった。

## 【0005】

とりわけ、例えば、新聞や雑誌等に掲載されている各記事や各広告毎にその注目度や反響度等を見るにあたっては、その売れ行きのみをもって判断することはそもそも不可能且つ危険であり、またパンフレット、カタログ、或いはチラシ等といった無償で不特定多数の者に配布される印刷物に至っては、その売れ行きを示すデータも得られないだけに更に困難を極めていた。

## 【0006】

従って、印刷物自体に対する注目度や反響度をより正確に調査できるのは勿論のこと、例えば、新聞や雑誌等に掲載されている各記事や各広告毎にその注目度や反響度が直接的に調査できるような、印刷物に関する新たなマーケティングリサーチの手法の実現が所望されていた。

## 【0007】

## 【発明が解決しようとする課題】

ところで、近年、一般家庭にも急速に普及しつつあるパーソナルコンピュータ等のアクセス装置を用いて、世界的規模のコンピュータネットワークであるインターネットに接続されたワールドワイドウェブ（以下、WWWという。）上の情報資源（Web ページ或いはホームページと呼ばれているもの。）をアクセスすることにより、誰でも簡単に必要な情報を好きな時に入手できるようになっている。

## 【0008】

そして、この情報資源の指定にあたっては、アクセス者は、URL（Uniform Resource Locator）を指定して行うようになっている。このURLは、例えば、<http://www.abcdef.co.jp>等のような文字列で表現されるが、このうち、httpは



プロトコル名を表し、www.abcdef.co.jpは、WWW上の情報提供側のサーバ名称を表し、更に、そのwww.abcdef.co.jpの後にはフォルダ名やファイル名等が付与される。

## 【 0 0 0 9 】

従って、例えば、特開平 1 0 - 7 8 9 2 8 号公報に記載された如く、このURLをバーコード化して印刷物に印刷しておき、アクセス者が、当該バーコードを専用の読取装置で光学的に読み取りさえすれば、この読取装置が接続されたアクセス装置を介してこのURLに対応する情報資源にアクセスできるため、印刷物と電子情報とのリンクが可能になる。

## 【 0 0 1 0 】

しかしながら、このものは、情報資源に対してのアクセス状況の調査や分析までは行っているが、当該印刷物についての注目度や反響度、更には、例えば、新聞や雑誌等に掲載されている各記事や各広告毎にその注目度や反響度を調査するといったことまでは全く考慮されていないものであった。

## 【 0 0 1 1 】

そして、特開平 1 0 - 1 7 1 7 5 8 号公報、同 1 0 - 1 7 7 6 1 3 号公報、同 9 - 1 5 2 9 2 4 号公報等についても同様であった。

## 【 0 0 1 2 】

本発明者らは、基本的には、上記したインターネットを利用して電子情報と印刷物とをリンクさせる方式を用いれば、印刷物に関するマーケティングリサーチの手法としては極めて有利であることに注目し、そして当該印刷物に記載された1次元や2次元のバーコード、更にはその他様々な形態の光学的に読み取り可能な符号化画像を読み取るという行為そのものは、正しく当該印刷物に興味を示したことに相違ないと見なせる点に着目して、本発明を完成したものである。

## 【 0 0 1 3 】

本発明は、上記の点に鑑みてなされたもので、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物に関する注目度や反響度等について、より正確にそして簡単に調査及び／又は分析を行うことができるマーケティングリサーチ方法、及びそれに用いる印刷物を

提供することを目的とする。

【 0 0 1 4 】

【課題を解決するための手段】

上記の目的を達成するために、本発明によるマーケティングリサーチ方法は、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ（WWW）上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURL（Uniform Resource Locator）を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うことを特徴とする。

【 0 0 1 5 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【 0 0 1 6 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【 0 0 1 7 】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

【 0 0 1 8 】

また、上記目的を達成するために、本発明によるマーケティングリサーチに用

いる印刷物は、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ（WWW）上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURL（Uniform Resource Locator）を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチのために使用されることを特徴とする。

#### 【0019】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

#### 【0020】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

#### 【0021】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

#### 【0022】

#### 【発明の実施の形態】

以下、本発明の実施の形態を図面に基づいて詳細に説明するが、その前に、先ず本発明において好適に使用される光学的に読み取り可能な符号化画像の一例であるドットコードについて説明する。

【 0 0 2 3 】

尚、本発明においては、このドットコード以外に、種々の 1 次元或いは 2 次元の符号化画像が適用可能であることは勿論である。

【 0 0 2 4 】

図 2 は、そのドットコードの物理フォーマット構成を示したもので、本出願人によって、特開平 6 - 2 3 1 4 6 6 号公報、又は同 8 - 1 7 1 6 2 0 号公報として提案されている。

【 0 0 2 5 】

即ち、そのドットコード 1 は、印刷物を構成する紙面上に、専用の読取装置で手動走査により光学的に読み取ることができるように印刷されている。

【 0 0 2 6 】

具体的には、ドットコード 1 は、複数個のブロック 2 が 2 次元に隣接配列されて構成されている。

【 0 0 2 7 】

そして、その各ブロック 2 は、記録すべき URL のキャラクタデータや音声等のデータの各ブロック毎に分割されたデータがその値である「1」又は「0」に対応した黒ドット又は白ドット（実際には紙面の地色である白色がそのまま白ドットとして読み取られる。）のドットイメージとして所定の 2 次元配列にて存在するデータドットパターン部 3 と、そのデータドットパターン部 3 内のドット（データドット 4）を読み取るための基準点を見つけるために使用される各ブロック 2 の四隅に配置された一定の黒の連続数を有するマーカ 5 と、上記複数の異なるブロックを読み取り時に識別できるようにマーカ 5 間に配置されたエラー検出又はエラー訂正符号を含むブロックアドレスパターン 6 と、から構成されている。

【 0 0 2 8 】

而して、このドットコード 1 によれば、全体の大きさが読取装置の撮像視野 7 より大きくても、換言すれば、当該ドットコード 1 を読取装置によってワンショットにて撮像することができなくても、上記の各ブロック 2 に付与された各アドレスをブロック内に含まれるデータドット 4 と共にブロック単位で検出できさえ

すれば、各ブロックに含まれるデータから元の全体のデータを再構築することが可能となる。

【0029】

従って、紙面に対する多量のデータ記録が現実的に可能になると共に、手動走査でも簡便に読み取れるようになる。

【0030】

以下、本発明の実施の形態を図面を参照して説明する。

【0031】

〔第1の実施の形態〕

図1の(A)は、本発明の第1の実施の形態に係るマーケティングリサーチ方法の適用されたシステムの構成を示す図である。

【0032】

特定者乃至は不特定者である一般ユーザは、プロバイダ10を介してインターネットに接続可能なアクセス装置20としてのパーソナルコンピュータ(PC)と、該アクセス装置20に接続可能な上記ドットコード1を読み取るための読取装置30とを有している。

【0033】

また、この一般ユーザには、広告主、新聞社、及び出版社などの発行者40によって発行されたパンフレットや新聞、雑誌、カタログ等の印刷物50が配布され、或いは一般ユーザによって購入されている。この印刷物50上には、広告や記事といった一般ユーザが目視にて読み取りが可能な可読画像51と、それら各可読画像51に対応して(図では下方)光学的に読み取り可能な符号化画像としての上記ドットコード1とが印刷されている。

【0034】

発行者40は、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ(WWW)上の上記印刷物50に係る情報資源を備えるWebサーバ41と、各種データを蓄積すると共にその蓄積されたデータを何時でも引き出せるような状態に管理されているデータベースサーバ42とを備えている。ここで、上記Webサーバ41は、上記印刷物50に印刷された各可読画像51に係る情報資源、例えばより

詳細な広告や記事内容を持つ通常の或いは専用のWebページ41Aを実現するためのCGI (Common Gateway Interface) プログラム41Bが設けられている。

【0035】

このCGIプログラムは、プロバイダ10を経由して一般ユーザのアクセス装置20から送られてきた情報によって起動されるものである。

【0036】

即ち、上記印刷物50に印刷されたドットコード1は、図1の(B)に示すように、上記アクセス装置20が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ(WWW)上の当該印刷物50に係る情報資源を指定してアクセスするためのURL (Uniform Resource Locator) が符号化処理して記録されているものであり、同図において、URLの前半部分 (<http://www.abcdef.co.jp/cgi-bin/Research/>) が上記CGIプログラム41Bの実行プログラム名に対応している。

そして、上記URLの後半部分に羅列されているのは、パラメータデータとして上記CGIプログラム41Bに渡されるID情報である。このID情報としては、例えば、同図に示すように、当該印刷物50の名称 (Name)、当該印刷物50の種類 (Type)、配布地域 (Area)、どの広告や記事であるかを示す配布目的 (Purpose)、等を含む。

【0037】

而して、一般ユーザは、上記印刷物50を読んだり見たりして、広告や記事等の可読画像51に興味を示した場合には、更にその可読画像51について詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物50に印刷されているその符号化画像であるドットコード1を読取装置30でスキャンする。これにより、読取装置30は、ドットコード1に符号化されて記録されている上記URLを読み取って復元する。この復元されたURLは、その読取装置30に接続されたアクセス装置20に入力され、該アクセス装置20は、そのURLに従って、対応するWebサーバ41にプロバイダ10を経由してアクセスする。

【0038】

Webサーバ41では、上記プロバイダ10から送られてきた情報によってC

G I プログラム 4 1 B が起動し、この C G I プログラム 4 1 B は上記ドットコード 1 に記録されている I D 情報を取り込む。更に、この C G I プログラム 4 1 B は、そのアクセスされた時のカウント数、アクセスされた時間、アクセス者の地域情報、等を得て、それらの情報をデータベースサーバ 4 2 に蓄積していく。

【0039】

またこれと共に、C G I プログラム 4 1 B は、上記印刷物 5 0 上のドットコード 1 をスキャンした一般ユーザに対して、専用或いは汎用の W e b ページ 4 1 A を送り返す。

【0040】

そして、発行者 4 0 は、上記データベースサーバ 4 2 に蓄積された当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報（当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報）を利用して、当該印刷物 5 0 に関する調査及び／又は分析を行う。そして、その分析結果を次に作成する印刷物 5 0 にフィードバックする。即ち、パンフレットや新聞の広告内容自体や、記事のどこの部分に広告を載せれば一般ユーザがより関心を持つかという情報を基に、新たに印刷物を作成することができる。

【0041】

図 3 の（A）は、広告主や新聞社、出版社などの発行者 4 0 がデータベースサーバ 4 2 に蓄積されたデータを基に作成されたりサーチ結果の例を示す図であり、或る商品についての宣伝広告に関する関心度の調査結果の表である。この例では、縦軸には各広告を載せた印刷物 5 0 の種類が、横軸には各地域毎にアクセス数及びアクセス時間帯等が示されており、このような調査結果表がデータベースサーバ 4 2 から各商品それぞれについて自由に取り出せるようになっている。

【0042】

また、図 3 の（B）は、発行者 4 0 が新聞社であり、印刷物 5 0 が新聞で、可読画像 5 1 が新聞記事である場合の関心度調査結果の例を示している。この場合は、縦軸に各記事の内容、横軸にその記事がどれだけ関心を持たれてアクセスされたかを示す情報が記載されている。

【0043】

## 〔第 2 の実施の形態〕

次に、本発明の第 2 の実施の形態を説明する。

## 【 0 0 4 4 】

本第 2 の実施の形態においては、印刷物 5 0 に印刷される光学的に読み取り可能な符号化画像としてのドットコード 1 は、上記第 1 の実施の形態におけるような URL に加えて、図 3 の (C) に示すように、更に音声データを符号化処理して記録するようにしたものである。

## 【 0 0 4 5 】

このようなドットコード 1 とすることにより、該ドットコード 1 を読取装置 3 0 でスキャンすることで上記第 1 の実施の形態と同様に情報資源 (Web ページ) にアクセスすることができ、しかもその際、例えば「…の Web ページに接続します」等、URL を朗読するような音声を読取装置 3 0 から再生出力することができる。

## 【 0 0 4 6 】

なお、ここで、印刷物 5 0 がパンフレットであれば、情報資源 (Web ページ) は、パンフレット発行者によるものである。また、アクセス情報は、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報である。なお、ドットコード 1 に記録される URL 中の ID 情報は、有っても無くても良いが、有ったほうが好ましい。その場合、ID 情報は、パンフレットの名称 (種類)、パンフレットの配布日、パンフレットの配布地域、パンフレットの配布目的等その他のものであっても良い。

## 【 0 0 4 7 】

また、印刷物 5 0 が新聞であった場合は、情報資源 (Web ページ) は、新聞社によるものである。ここでのアクセス情報は、各記事毎の、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報であり、新聞社側は、その各記事毎にデータを集計して調査及び／又は分析が可能となる。なお、ドットコード 1 に記録される URL 中の ID 情報は、新聞名称と、新聞発行日 (朝刊または夕刊の識別可) と、新聞の配布地域と、各記事を識別できる情報とであり、また、その他のものでも良い。



## 【0048】

また、印刷物50が新聞又は雑誌であった場合、情報資源（Webページ）は、新聞又は雑誌に広告を掲載している広告主によるものであっても良い。この場合は、アクセス情報は、各広告毎の、そして各広告を掲載している各新聞又は雑誌毎の、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報である。そして、広告主側は、各広告毎に、また各広告を掲載している新聞又は雑誌毎にデータを集計して調査及び／又は分析が可能となる。なお、ドットコード1に記録されるURL中のID情報は、新聞又は雑誌名称と、新聞又は雑誌の発行日（朝刊または夕刊の識別可）と、新聞又は雑誌の配布地域と、各広告を識別できる情報とであり、また、その他のものでも良い。

## 【0049】

また、ドットコード1には、上記のような音声データではなく、URLを示す画像データやテキストデータ等であっても良いことは勿論である。その場合は、アクセス装置20であるPCのモニタ上に、その再生された画像又はテキストが表示されることになる。

## 【0050】

さらに、ドットコード1に符号化して記録するデータは、URLを朗読するような音声或いはURLを示す画像やテキストに限るものではない。

## 【0051】

例えば、印刷物50として、図4の（A）に示すような音楽雑誌を考えた場合、可読画像51としての各CDジャケット写真に対応させてドットコード1を記録しておき、そのドットコード1には、図4の（B）に示すように、その対応するCDに収録されている楽曲の一部を符号化処理して記録しておくことができる。

## 【0052】

このようにすれば、一般ユーザは、関心を持ったCDに対応するドットコード1を読取装置30でスキャンすることで、そのCDに収録された楽曲の例えばイントロ部分やサビの部分を読取装置30によって聞くことができる。

## 【0053】

このとき、上記第 1 の実施の形態と同様に、アクセス装置 2 0 により上記音楽雑誌の発行者 4 0 による情報資源 (W e b ページ 4 1 A) にアクセスして、より詳細な又は深い情報を取り出すことができる。

【 0 0 5 4 】

また、発行者 4 0 側では、上記第 1 の実施の形態と同様に C G I プログラム 4 1 B が起動して、アクセス情報をデータベースサーバ 4 2 に蓄積していくので、どの C D がより一般ユーザに関心をもたれているのかという情報を発行者 4 0 側が把握できる。即ち、図 4 の (C) に示すような C D 関心度ランキング等のリサーチ結果を得ることができる。また、C G I プログラム 4 1 B は、データベースサーバ 4 2 を使って、このようなランキング表のデータを、W e b ページ 4 1 A に載せることで、一般ユーザにも閲覧させることができる。

【 0 0 5 5 】

また、現在、C D の販売店の店頭においては、C D の視聴が行えるようになっているが、実際の C D ジャケットとドットコード 1 とを対応させて陳列しておき、来店した顧客が読取装置 3 0 で所望のドットコード 1 をスキャンすることで読取装置 3 0 にて視聴するようにすることもできる。その場合、ドットコード 1 中の U R L の I D 情報における地域情報として、C D 販売店を特定する情報を記録しておくようにすれば、各 C D 販売店毎の関心度ランキングなどもリサーチすることが可能となる。

【 0 0 5 6 】

[第 3 の実施の形態]

次に、本発明の第 3 の実施の形態を説明する。

【 0 0 5 7 】

本第 3 の実施の形態においては、印刷物 5 0 に印刷される光学的に読み取り可能な符号化画像としてのドットコード 1 に、図 5 の (A) に示すように、上記第 2 の実施の形態におけるような U R L と音声データに加えて、更に、ブラウザの起動プログラムに関する情報が記録されているものである。

【 0 0 5 8 】

即ち、このようなドットコード 1 を読取装置 3 0 でスキャンすると、図 5 の (

B) に示すように、アクセス装置 20 としての PC に常駐してバックグラウンドで動作している監視プログラム 20A は、上記読取装置 30 で得られたブラウザ起動プログラム 1A と URL 1B とを取り込む。そして、この監視プログラム 20A は、上記取り込んだブラウザ起動プログラム 1A により、当該 PC にインストールされている複数の Web ブラウザ（この例では、Web ブラウザ 20B1, 20B2, 20B3 の 3 つ）の内の何れを起動するかを判断して、対応する Web ブラウザを起動する。即ち、URL 1B で示されている Web ページの中に、例えば Java アプレット等が入っていた場合には、それを再生できる Web ブラウザでなければならないので、そういった内容に応じてどの Web ブラウザを立ち上げるのかということ、印刷物 50 を発行する出版社や広告主等の発行者 40 側で制御することができる。

【0059】

図 5 の (C) は、本実施の形態における手順を示すフローチャートである。

【0060】

即ち、新聞広告等から URL データが記録されたドットコード 1 を一般ユーザが読取装置 30 でスキャンすると（ステップ S1）、一般ユーザのアクセス装置 20 で、そのドットコード 1 に記録されたブラウザ起動プログラム 1A に従った Web ブラウザが起動し、ドットコード 1 から復元した URL がプロバイダ 10 経由で目的の Web サーバ 41 に送信され、CGI プログラム 41B が起動する（ステップ S2）。この起動された CGI プログラム 41B は、クライアントつまりスキャンした一般ユーザに対して広告内容の Web ページ（専用又は汎用）を送信する（ステップ S3）。これと同時に、Web サーバ 41 では、CGI プログラム 41B 内に取り込んだ ID 情報とデータベースサーバ 42 上に蓄積されているデータ等を基に統計処理を行い（ステップ S4）、広告主がその統計結果を分析し、広告地域及び広告媒体を再考したり、或いは記事の内容を再考する（ステップ S5）。

【0061】

また、印刷物 50 がパンフレットであった場合は、情報資源（Web ページ）は、パンフレット発行者によるものである。ここでのアクセス情報は、当該情報

資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報である。  
 なお、ドットコード 1 に記録される URL 中の ID 情報は、有っても無くても良いが、有った方が好ましい。その場合、ID 情報は、パンフレットの名称（種類）、パンフレットの配布日、パンフレットの配布地域、パンフレットの配布目的等その他のものであっても良い。

【 0 0 6 2 】

以上実施の形態に基づいて本発明を説明したが、本発明は上述した実施の形態に限定されるものではなく、本発明の要旨の範囲内で種々の変形や応用が可能である。ここで、本発明の要旨をまとめると以下のようになる。

【 0 0 6 3 】

(1) 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするための URL を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記 URL が復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元された URL に対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うことを特徴とするマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 6 4 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URL を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【 0 0 6 5 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取って URL を復元し、この URL に

よって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【0066】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

【0067】

尚、このようにURLを符号化画像化して印刷物に印刷する場合、誤り訂正符号化技術によりそのURLのキャラクタデータの信頼性を簡単に向上させることが可能になるので、単純にURLの文字列そのものをOCR (Optical Character Reader) で光学的に読み取ってWWW上の情報資源へアクセスを行う場合に比べてURLをより正確に読み取ることができ、その結果、特に、印刷物を構成する紙等の材質の選択の幅が広がり、配布物としての印刷物に好適に使用できるという長所が有る。

【0068】

(2) 上記符号化画像から復元された上記URLに対応する上記情報資源は、上記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための専用の情報資源であることを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0069】

即ち、通常の情報資源とは別に、印刷物に関するマーケティングリサーチのための専用の情報資源を設けているので、後の、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業を簡単且つ効率的に行えるようにすることができる。

【0070】

(3) 上記URLは、上記印刷物を識別するためのID情報を含むことを特徴とする(1)又は(2)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0071】

即ち、URLには印刷物を識別するためのID情報が含まれているので、印刷物に関する調査及び／又は分析を行うにあたって、自動的にその印刷物の選別を行うことが可能となり、各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【0072】

(4) 上記ID情報は、上記印刷物の名称、上記印刷物の種類、上記印刷物の配布地域、及び上記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする(3)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0073】

即ち、ID情報は、印刷物の名称、印刷物の種類、印刷物の配布地域、又は印刷物の配布目的の少なくとも一つを識別可能な情報を含むので、更に、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【0074】

(5) 上記符号化画像は、更に、上記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムを含むことを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0075】

即ち、符号化画像は、更に、アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムを含むので、アクセス者は、ブラウザを立ち上げていなくても、符号化画像を読み取るだけで即座に情報資源にアクセスすることができる。

【0076】

(6) 上記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、又は各種チケットであることを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0077】

即ち、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、又は各種チケット等、種々の印刷物について、その注目度や反響度等の調査及び／又は分析が行える。

【0078】

(7) 上記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、上記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各URLは、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むことを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0079】

即ち、印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、当該各符号化画像に含まれる各URLは、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むので、各記事又は各広告毎にその注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【0080】

（８） 上記情報資源は、上記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0081】

即ち、情報資源は、印刷物の発行者に係る情報資源であるので、印刷物発行者は、自己の印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析が簡単に行える。

【0082】

（９） 上記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、上記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、

上記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0083】

即ち、印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であるので、広告主は、異なる印刷物に記載されたそれぞれの広告間における注目度や反響度等の違いを簡単に調査及び／又は分析できる。

【0084】

(10) 上記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報であることを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0085】

即ち、情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報であるので、多面的な観点から印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【0086】

(11) 上記符号化画像は、更に、上記URL以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0087】

即ち、符号化画像は、更に、URL以外に、音声、映像、又はテキストのうちの少なくとも一つに係る情報を含むので、アクセス者は、符号化画像を読み取った時点で、例えば、当該URLを確認できるような音声情報やテキスト情報等も直ちに得ることができ、符号化画像を読み取ることの別の面での楽しさを享受することができる。

【0088】

(12) 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、

アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチのために使用さ



れることを特徴とするマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【 0 0 8 9 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【 0 0 9 0 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【 0 0 9 1 】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

【 0 0 9 2 】

尚、このようにURLを符号化画像化して印刷物に印刷する場合、誤り訂正符号化技術によりそのURLのキャラクタデータの信頼性を簡単に向上させることが可能になるので、単純にURLの文字列そのものをOCRで光学的に読み取ってWWW上の情報資源へアクセスを行う場合に比べてURLをより正確に読み取ることができ、その結果、特に、印刷物を構成する紙等の材質の選択の幅が広がり、配布物としての印刷物に好適に使用できるという長所が有る。

【 0 0 9 3 】

( 1 3 ) 上記符号化画像から復元された上記URLに対応する上記情報資源は、上記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための専用の情報資源であることを特徴とする ( 1 2 ) に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【 0 0 9 4 】

即ち、通常の情報資源とは別に、印刷物に関するマーケティングリサーチのための専用の情報資源を設けているので、後の、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業を簡単且つ効率的に行えるようにすることができる。

【 0 0 9 5 】

( 1 4 ) 上記 URL は、上記印刷物を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする ( 1 2 ) 又は ( 1 3 ) に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【 0 0 9 6 】

即ち、URL には印刷物を識別するための ID 情報が含まれているので、印刷物に関する調査及び／又は分析を行うにあたって、自動的にその印刷物の選別を行うことが可能となり、各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【 0 0 9 7 】

( 1 5 ) 上記 ID 情報は、上記印刷物の名称、上記印刷物の種類、上記印刷物の配布地域、及び上記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする ( 1 4 ) に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【 0 0 9 8 】

即ち、ID 情報は、印刷物の名称、印刷物の種類、印刷物の配布地域、又は印刷物の配布目的の少なくとも一つを識別可能な情報を含むので、更に、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【 0 0 9 9 】

( 1 6 ) 上記符号化画像は、更に、上記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムを含むことを特徴とする ( 1 2 ) に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【 0 1 0 0 】

即ち、符号化画像は、更に、アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムを含むので、アクセス者は、ブラウザを立ち上げていなくても、符号化画像を読み取るだけで即座に情報資源にアクセスすることができる。

【 0 1 0 1 】

( 1 7 ) 上記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カ

タログ、チラシ、又は各種チケットであることを特徴とする（１２）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0102】

即ち、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、又は各種チケット等、種々の印刷物について、その注目度や反響度等の調査及び／又は分析が行える。

【0103】

（１８） 上記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、上記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各URLは、更に、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むことを特徴とする（１２）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0104】

即ち、印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、当該各符号化画像に含まれる各URLは、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むので、各記事又は各広告毎にその注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【0105】

（１９） 上記情報資源は、上記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする（１２）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0106】

即ち、情報資源は、印刷物の発行者に係る情報資源であるので、印刷物発行者は、自己の印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析が簡単に行える。

【0107】

（２０） 上記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、上記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されて

いるとき、

上記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする（  
1 2）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0 1 0 8】

即ち、印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であるので、広告主は、例えば異なる印刷物に記載されたそれぞれの広告間における注目度や反響度等の違いを簡単に調査及び／又は分析できる。

【0 1 0 9】

（2 1） 上記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報であることを特徴とする（1 2）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0 1 1 0】

即ち、情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者地域に関する情報であるので、多面的な観点から印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【0 1 1 1】

（2 2） 上記符号化画像は、更に、上記URL以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする（1 2）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0 1 1 2】

即ち、符号化画像は、更に、URL以外に、音声、映像、又はテキストのうちの少なくとも一つに係る情報を含むので、アクセス者は、符号化画像を読み取った時点で、例えば、当該URLを確認できるような音声情報やテキスト情報等も直ちに得ることができ、符号化画像を読み取ることの別の面での楽しさを享受することができる。

【0 1 1 3】

【発明の効果】

以上詳述したように、本発明によれば、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物に関する注目度や反響度等について、より正確にそして簡単に調査及び／又は分析を行うことができるマーケティングリサーチ方法、及びそれに用いる印刷物を提供することができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

(A) は本発明の第 1 の実施の形態に係るマーケティングリサーチ方法の適用されたシステムの構成を示す図であり、(B) は第 1 の実施の形態におけるドットコードの内容を説明するための図である。

【図 2】

本発明において好適に使用される光学的に読み取り可能な符号化画像の一例であるドットコードの物理フォーマット構成を示す図である。

【図 3】

(A) 及び (B) はそれぞれ第 1 の実施の形態で得られるリサーチ結果の例を示す図であり、(C) は本発明の第 2 の実施の形態におけるドットコードの内容を説明するための図である。

【図 4】

(A) は第 2 の実施の形態における印刷物の例を示す図、(B) は第 2 の実施の形態の変形例におけるドットコードの内容を説明するための図であり、(C) は第 2 の実施の形態の変形例で得られるリサーチ結果の例を示す図である。

【図 5】

(A) は本発明の第 3 の実施の形態におけるドットコードの内容を説明するための図、(B) は第 3 の実施の形態におけるドットコードをスキャンしたときのアクセス装置の動作を説明するための図であり、(C) は第 3 の実施の形態の手順を説明するためのフローチャートである。

【符号の説明】

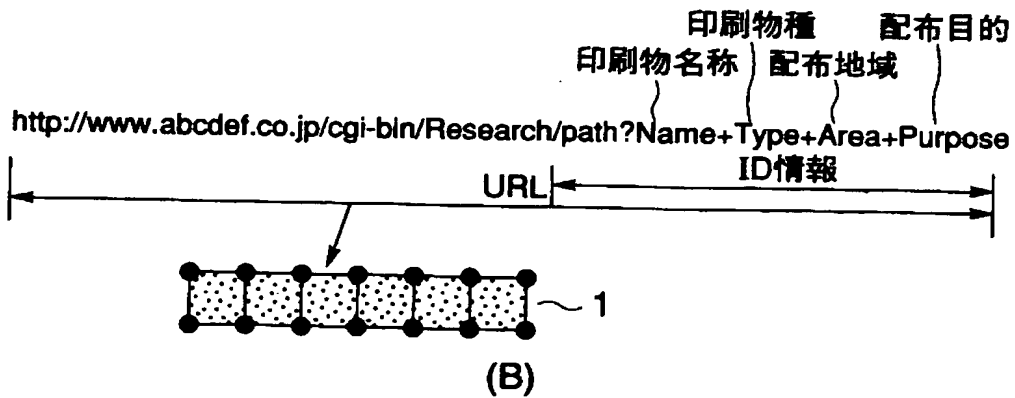
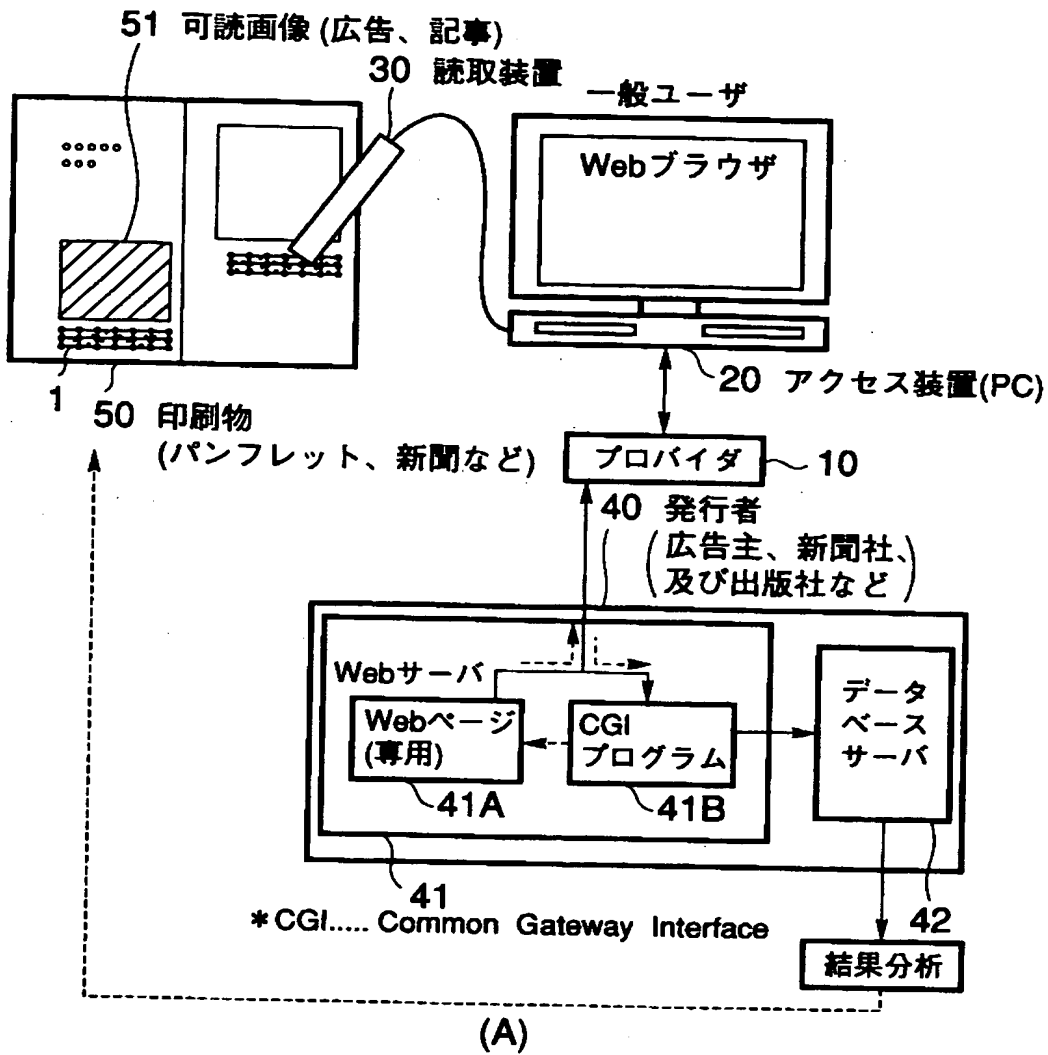
1          ドットコード

- 1 A      ブラウザ起動プログラム
- 1 B      U R L
- 1 0      プロバイダ
- 2 0      アクセス装置
- 2 0 A      監視プログラム
- 2 0 B 1, 2 0 B 2, 2 0 B 3      W e b ブラウザ
- 3 0      読取装置
- 4 0      発行者
- 4 1      W e b サーバ
- 4 1 A      W e b ページ
- 4 1 B      C G I プログラム
- 4 2      データベースサーバ
- 5 0      印刷物
- 5 1      可読画像

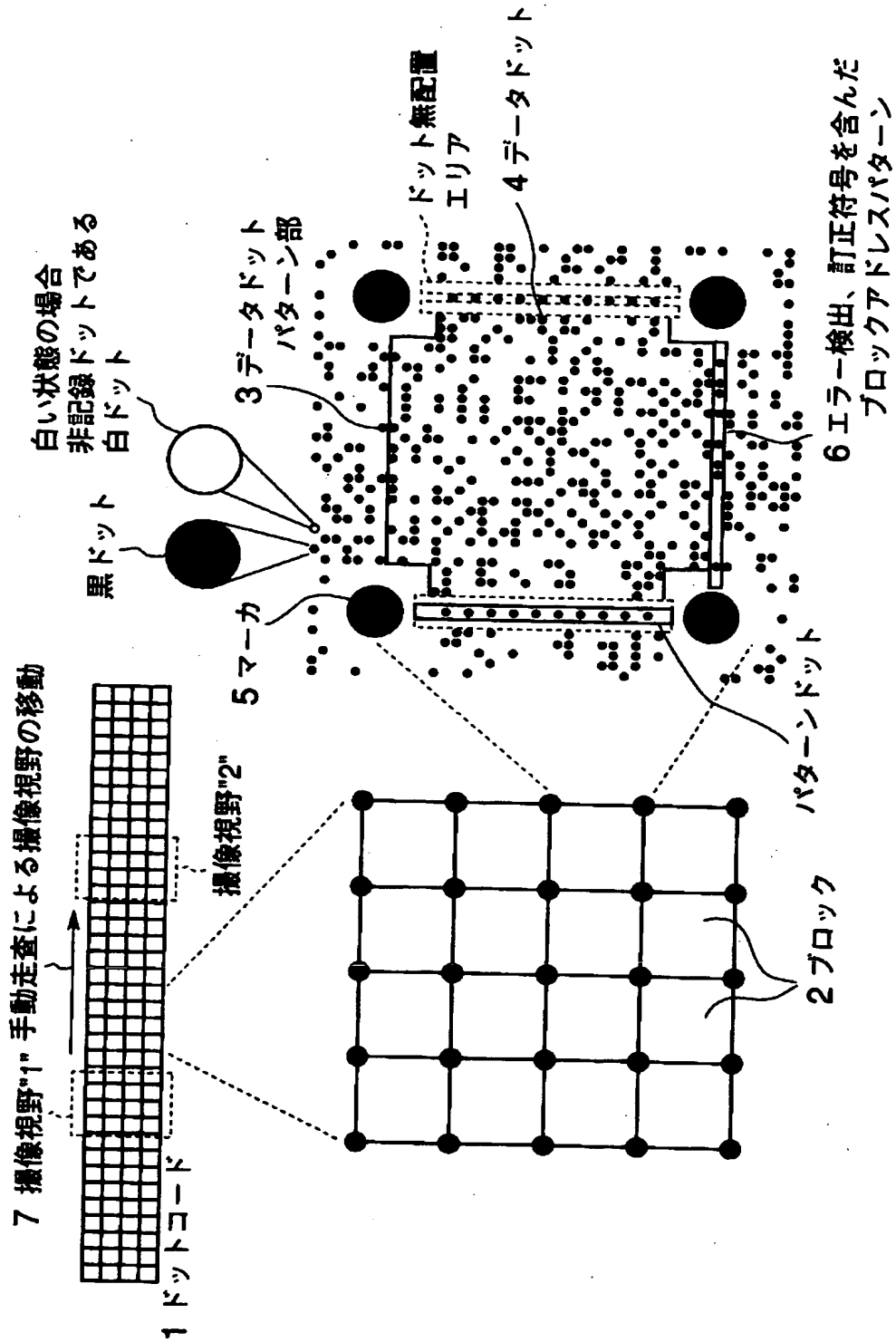
【書類名】

図面

【図 1】



【図2】





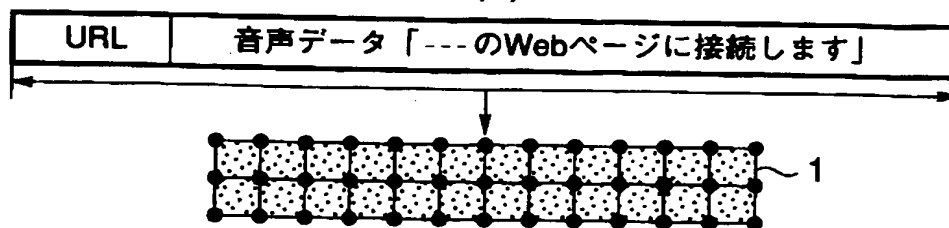
【図 3】

商品Cの宣伝広告に関する関心度調査結果 12月							
商品Bの宣伝広告に関する関心度調査結果 12月							
商品Aの宣伝広告に関する関心度調査結果 12月							
	東京			神奈川			
	アクセス数	AM	PM	アクセス数			
A新聞(朝)	1000	300	700	600			300 550
B新聞(夕)	300	55	245	500			600 400
---	---			---			---
週刊誌C	00	---	---	100			150 40
週刊誌D	3000	---	---	50			10 30
---	---			---			---
月刊誌E	50			8			2 5
月刊誌F	70			20			90 7
---	---			---			---

(A)

朝刊 1999年12月20日の関心度調査結果 (A新聞)							
朝刊 1999年12月21日の関心度調査結果 (A新聞)							
	東京			神奈川			
	アクセス数	AM	PM	アクセス数	AM	PM	
1面 記事1	600	50	550	200			---
1面 記事2	800	20	780	100			---
---	---			---			---
2面 記事1	500			450			---
2面 記事2	100			10			---
---	---			---			---
3面 記事1	8			3			---
3面 記事2	20			0			---
---	---			---			---

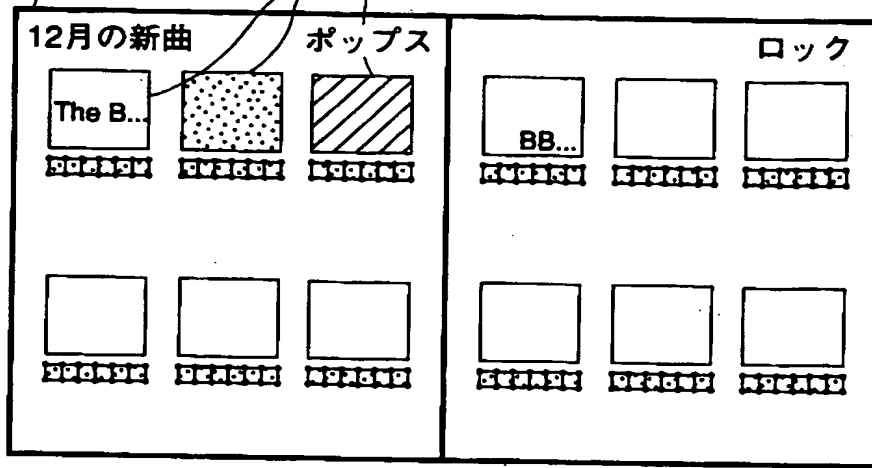
(B)



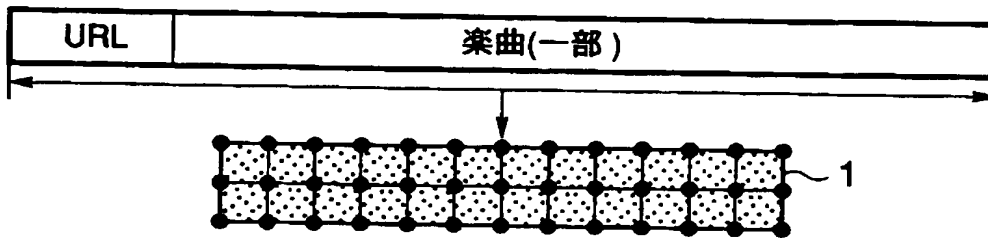
(C)

【図4】

50 印刷物(音楽雑誌) CDジャケット



(A)

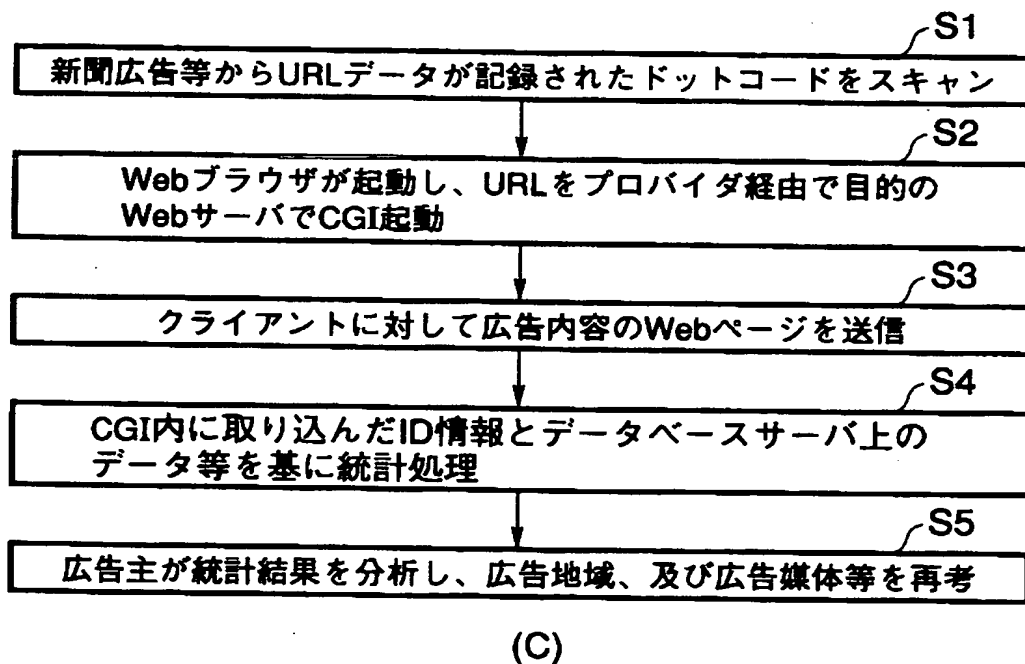
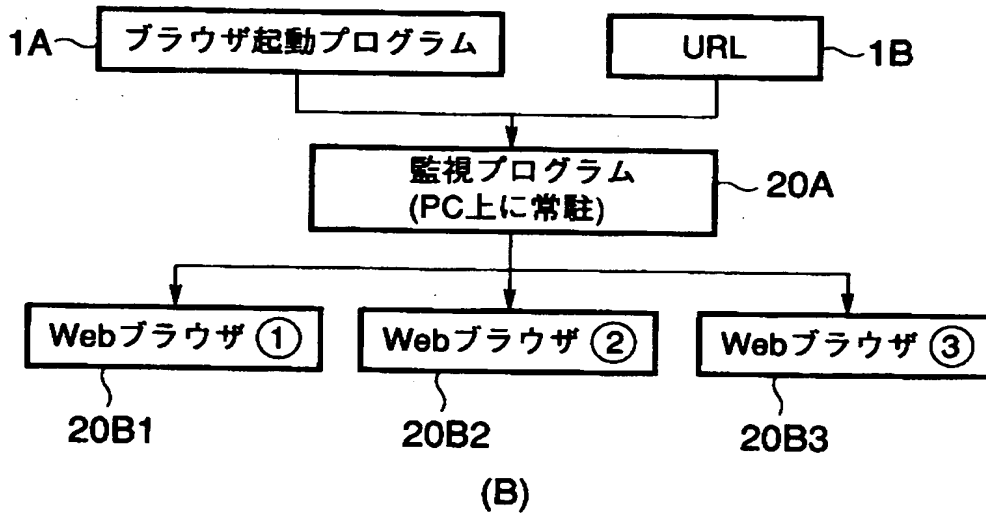
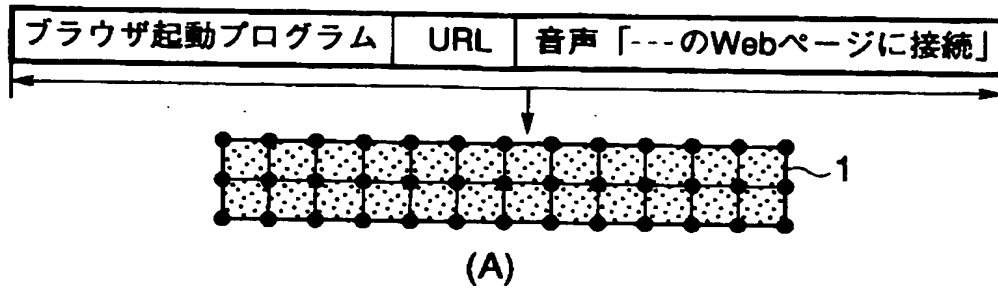


(B)

1999年12月20日現在の最新CD関心度ランキング				
No.1	東京	神奈川	埼玉	千葉
No.2	明日...	Love...	明日...	---
---	Love...	明日...	---	---
No.10	---	---	---	---
No.11	---	---	---	---
---	---	---	---	---
No.50	---	---	---	---
No.51	---	---	---	---
---	---	---	---	---

(C)

【図5】



【書類名】                      要約書

【要約】

【課題】 目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物に関する注目度や反響度等について、より正確且つ簡単に調査及び／又は分析を行うことができるようにすること。

【解決手段】 可読画像 5 1 が印刷された印刷物 5 0 に、アクセス装置 2 0 がインターネットに接続されたWWW上の当該印刷物に係る情報資源（Web ページ 4 1 A）を指定してアクセスするためのURLを、ドットコード 1 として印刷しておく。このドットコード 1 を読取装置 3 0 でスキャンすることで、上記URLが復元され、そのURLに対応する情報資源がアクセス装置 2 0 によりアクセスされる。これにより、上記印刷物の発行者 4 0 側では、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報がデータベースサーバ 4 2 に蓄積されるので、そのアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行う。

【選択図】              図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000000376]

1. 変更年月日 1990年 8月20日  
[変更理由] 新規登録  
住 所 東京都渋谷区幡ヶ谷2丁目43番2号  
氏 名 オリンパス光学工業株式会社